

Inhaltsverzeichnis

Teil A: Qualitative Marktforschung - Einführung und Überblick

<i>Eva Balzer, Gabriele Naderer</i> Standortbestimmung einer Branche im Umbruch	3
<i>Brigitte Holzhauer, Gabriele Naderer</i> Das Image der qualitativen Marktforschung	13
<i>Gabriele Naderer</i> Standortbestimmung aus theoretischer Perspektive	25
<i>Eva Balzer</i> Standortbestimmung aus historischer Perspektive	41

Teil B: Wissenschaftliche Disziplinen und theoretische Grundlagen

<i>Gert Gutjahr</i> Psychodynamik: Wirkung unbewusster Prozesse	69
<i>Jens Lönneker</i> Morphologie: Die Wirkung von Qualitäten – Gestalten im Wandel	83
<i>Marina Klusendick</i> Kognitionspsychologie: Einblicke in mentale Prozesse	111
<i>Thomas Kühn, Kay-Volker Koschel</i> Soziologie: Forschen im gesellschaftlichen Kontext	127
<i>Petra Mathews, Edeltraud Kaltenbach</i> Ethnographie: Auf den Spuren des täglichen Verhaltens	147
<i>Claudia Puchta, Olaf Rüsing</i> Linguistik: Über das „Wie“ im Diskurs	163
<i>Christine Woesler de Panafieu</i> Semiologie: Die Bedeutung der Zeichen erkennen	177

Teil C: Forschungsprozess und Methodenkonzepte

<i>Gerhard Kleining</i> Der qualitative Forschungsprozess	197
<i>Margrit Schreier</i> Qualitative Stichprobenkonzepte	241
<i>Günter Mey, Katja Mruck</i> Qualitative Interviews	257
<i>Renate Blank</i> Gruppendiskussionsverfahren	289
<i>Karsten Müller, Julia David, Tammo Straatmann</i> Qualitative Beobachtungsverfahren	313
<i>Rolf Kirchmair</i> Indirekte psychologische Methoden	345
<i>Gert Gutjahr, Gabriele Naderer</i> Implizite Methoden	367
<i>Timo Gnambs, Bernad Batinic</i> Qualitative Online-Forschung	385
<i>Gabriele Naderer</i> Auswertung & Analyse qualitativer Daten	405

Teil D: Anwendungsfelder

<i>Helmut Schlicksupp, Natacha Dagneaud, Christine Garnier-Coester</i> Innovationsforschung: Produktinnovation durch Kreativität	437
<i>Dieter Pflaum</i> Kommunalforschung: Ein noch unentdecktes Forschungsfeld	459

<i>Franz Liebel</i>	
Motivforschung: Eine kognitionspsychologische Perspektive	473
<i>Henry Kreikenbom, Maxi Stapelfeld</i>	
Politikforschung: Steigende Nachfrage in Zeiten gesellschaftlichen Wandels	491
<i>Gábor M. Hahn</i>	
Usability-Forschung: Nutzerfreundlichkeit – eine methodische Herausforderung ...	505
<i>Jörg Maas</i>	
Werbewirkungsforschung: Diagnose komplexer Wirkungszusammenhänge	519
<i>Maryse Mappes, Manfred Zerzer</i>	
Zielgruppe Kinder: Verstehen der kindlichen Wahrnehmungs- und Denkstrukturen	537
<i>Stephan Polomski</i>	
Zielgruppe Mitarbeiter: Unternehmenserfolg durch Motivation	553
<i>Pero Mičić</i>	
Zukunftsmanagement: Mythos und Wirklichkeit	575
 Teil E: Branchenspezifische Anforderungen	
<i>Uta Spiegel</i>	
Die Automobilbranche: Mit dem Kunden im Fokus Produktinnovationen entwickeln	591
<i>Werner Kaiser</i>	
Fast Moving Consumer Goods: Zwischen Artefakt und Consumer Insight	605
<i>Florian Bauer, Verena Kanther</i>	
Die Dienstleistungsbranche: Nicht greifbare Prozesse verstehen	617

Jutta Rietschel
Der Handel: Kundenforschung und Shopper Insights 631

Anja Schweitzer, Michael Siewert
Der Pharmamarkt: Forschen in Extremen 645

Teil F: Internationale qualitative Marktforschung

Richard Gehling
Theoretische Forschungsperspektive: global vs. lokal 657

Alexandra Miller
Praktische Durchführung: zentral vs. dezentral 669

Stichwortverzeichnis 685

Personenregister 689